

Viamonda-Gründer  
Michael Tenzer und  
Hans Emde



VIAMONDA

# Individuell in die Ferne

Mit **Viamonda.de** will Ex-Cook-Chef Michael Tenzer die Fernreise auf neue Beine stellen – auch für Reisebüros.

CHRISTIANE VON PILAR

Der Anstoß kam von Seiten der Technik. Die Schweizer IT-Spezialisten für flexible Reisepaketierung von Nezasa hatten Michael Tenzer als Berater ins Board holen wollen, um ihre Technik in der Branche prominenter zu positionieren. Nezasa steckt heute im Mietwagengeschäft von FTI und sollte bei den Best-Reisebüros für den direkten Produktzugang in den Zielgebieten sorgen. Das scheiterte allerdings an der damit verbundenen Veranstalter-Haftung. Für den früheren Deutschland-Geschäftsführer von Thomas Cook war schnell klar: „Ihr habt eine überragende Technik und müsst stärker draußen flimmern.“

Genau das wird Nezasa jetzt: Tenzer gründete zusammen mit dem früheren Berge-&-Meer-Manager und Tourvital-

Gründer Hans Emde den Online-Veranstalter Viamonda.de. Das Konzept: Rundreisen mit Empfehlungscharakter, die individuell kombiniert und erweitert sowie mit Vor- und Nachprogrammen und tagesakturellen Flügen ergänzt werden können. „Natürlich ist ein Angebot von Fern-

und Rundreisen nicht neu“, sagt Tenzer. „Aber unsere Kombinationsmöglichkeiten und ihre Buchbarkeit in einer einzigen Strecke sind heute einmalig.“

Zum Start von Viamonda.de stehen 60 Hauptreisen zu Verfügung, die zu mehr als 500 Reisemöglichkeiten zusammengestellt und mit zahlreichen Mehrwertleistungen und Extras bereichert werden können. Destinationsschwerpunkte sind Indien, Nepal, Bhutan und Sri Lanka sowie Südostasien. „Der Clou sind unsere zielgerichteten Vorschläge, die aber stark individualisierbar sind“, sagt Hans Emde. „Wir verstehen uns als Gegenpol zu den Portalen, die den Nutzer mit Produkten erschlagen.“ Insofern eigne sich Viamonda auch für Reisende, die noch keine große Erfahrung in einer Destination haben.

**DAS NEUE PORTAL** ist als B-to-C-Angebot konzipiert, könnte sich mittelfristig aber auch für Reisebüros eignen, die von der flexiblen Angebotsgestaltung profitieren wollen. „Reisebüros können uns als Tool nutzen, ohne in die Veranstalter-Rolle zu geraten“, sagt Tenzer. Geeignet sei es für fernreiseaffine Büros, die eine Klientel für wertige Produkte haben. „Das betrifft sicher nicht den Flächenvertrieb.“

Doch zunächst muss das neue Portal ins Laufen kommen. Dazu wollen Tenzer und Emde die ganze Online-Marketing-Klaviatur spielen, von Google Adwords und Facebook-Kampagnen über klassische Bannerwerbung bis zu 1:1-Kampagnen aus den generierten Leads. Einen „hoch sechsstelligen“ Betrag werden die beiden pro Jahr dafür veranschlagen. Als USP bezeichnet Tenzer auch das CRM-System Hubspot, das den Kunden vom ersten Kontakt an verfolgt und ihn mit all seinen Bedürfnissen immer wieder erkennt. „Davon habe ich bei Thomas Cook immer geträumt“, sagt Michael Tenzer. Sein Ziel für das erste Jahr sind 2000 Gäste mit einem Buchungswert von 5000 Euro. **fvw**

## Sonderwünsche per Mausklick

Reiseinteressierte wählen Region, Reiseart, Themenschwerpunkt, Budget und Reisedauer und erhalten danach Reiseempfehlungen. Die können erweitert, neu kombiniert und mit einem passenden Flug zu einer individuellen Reise konfiguriert werden. Zu den Destinationen in Indien und Südostasien kommen demnächst Südafrika und Botswana dazu.



VIAMONDA

Vietnam ist ein Schwerpunkt.